

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MAINAN WONG TOY'S

Aldo Kurniawan^{1*}, Viola De Yusa²,

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Institut Informatika
dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung

Email : kurniawan.aldo78@gmail.com

ABSTRACT :

The development of the world of marketing is increasingly widespread, one of which is the toy business industry in Indonesia which is currently showing an increase. This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions. The type of research used is quantitative research with causal associative methods. The population used in this study were consumers of Wong toy's toy shop with 150 samples of respondents, sampling using non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires which were tested with validity and reliability tests. The analysis tool uses multiple linear. The data was processed using Microsoft Excel and SPSS 23 software. The results show that price and product quality affect purchasing decisions.

Keywords: *Price, Product Quality, Purchase Decision*

ABSTRAK : (Ditulis dengan Font Times New Roman Ukuran 11, Cetak Tebal)

Perkembangan dunia pemasaran semakin luas, salah satunya dalam industri bisnis mainan di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen toko mainan Wong toy's dengan 150 sampel responden, pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang diujikan dengan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis menggunakan linier berganda. Data yang diolah menggunakan Microsoft Excel dan Software SPSS 23. Hasil menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

kunci : *Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Bisnis Industri Mainan berkembang seiring kemajuan Teknologi. Pelaku bisnis ini melakukan kolaborasi yang baik dengan penggunaan teknologi yang sudah canggih.

Sudah banyak bisnis ini yang dijalankan secara online walaupun, masih ada beberapa yang menggunakan cara biasa atau konvensional. Selain itu, ada hal menarik tentang bisnis Industri Mainan

tersebut. Banyaknya bisnis Industri Mainan yang tersedia di khalayak umum dan sering dijumpai akan tetapi, masih ada bisnis Industri Mainan yang unik dan masih sedikit peminatnya. Bisnis Industri Mainan di Indonesia sedang mengalami peningkatan. Tanpa disadari, bisnis dibidang ini menjadi trending dikalangan anak- anak berusia sampai remaja.

Toko Mainan Wong Toy's sudah berdiri kurang lebih 9 tahun dan masih beroperasi sampai sekarang, serta mempunyai 7 cabang yang tersebar di berbagai daerah di Bandar Lampung. Bisnis yang dilakukan termasuk dalam bidang usaha industri mainan. Toko Mainan wong Toy's juga menyediakan penjualan secara online yang bisa di akses melalui media online, Toko E-Commerce seperti shoppe dan Tokopedia, sedangkan penjualan secara offline bisa langsung mengunjungi toko - toko yang tersedia di berbagai daerah Bandar Lampung. Bisnis Industri di Bandar Lampung Pemilik toko mainan anak tengah berada di tren positif setelah masa transisi dari masa covid -19. Sebab, penjualannya saat ini mengalami peningkatan. Hal itu berbeda dibanding selama masa pandemi covid-19 yang membuat omzet penjualan mainan anjlok, karena orang tua enggan membeli mainan anak. "Sebelum lebaran tidak ada pemasukan. Karyawan saya sejak adanya korona tidak dipekerjakan lagi.

Tapi, untungnya setelah masa covid berlalu tahun ini terdapat perberbedaan," ujar pemilik toko mainan di Pasar Tengah, Bandar Lampung, Menurut pelaku bisnis industry mainan, pelanggannya memilih untuk membeli mainan hasil dari tunjangan hari raya (THR). Kenaikan penjualan itu pada mainan mulai usai 6 bulan sampai 12 tahun. Keramaian toko itu terjadi sejak hari lebaran kedua. Kondisi itu membuatnya bisa mengantongi hasil penjualan mencapai Rp5 juta. Omzet masih menunjukkan tren yang baik.

Toko Mainan Wong Toy's sendiri harus memiliki strategi khusus untuk menjalani bisnisnya dan bersaing dengan pebisnis Industri Mainan lainnya, bahkan tidak menutup kemungkinan bersaing dengan Pelaku bisnis lainnya yang juga melebarkan sayap bisnisnya dengan menyajikan promo- promo lainnya. Dari konsumen yang sudah cukup banyak dan minat pembelian terhadap produk Mainan sudah cukup tinggi serta turut besaing dengan bisnis Industri lainnya, Toko Mainan Wong Toy's memerlukan strategi yang baik untuk menjalankan dan bersaing di bidang Industri Mainan Bandar Lampung.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Received : Juli, 20, 2023
Revised : Juli, 24, 2023
Available online : Juli, 30, 2023

Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang bisa mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Harga sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah dengan sendirinya. Harga merupakan label yang ada dalam sebuah produk yang harus dibayar agar bisa mendapatkan produk/jasa. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Pelanggan sering melakukan perbandingan harga produk sebelum melakukan pembelian. Harga adalah satusatunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya (Fandy Tjiptono, 2011). Beda halnya dengan (Keller, 2009) menyatakan bahwa “price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that customers exchange for benefits of having or using the product service”.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut (Keller, 2009) “kualitas produk

adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan”. Kualitas produk adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (P & Amstrong, n.d.)

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process (Prof. Dr. H. Buchari Alma, n.d.). Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

HIPOTESIS

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pembelian, dalam membeli suatu produk, konsumen akan membandingkan harga satu produk dengan produk lainnya. Semakin harga yang ditawarkan terjangkau orang tua pun akan cenderung berpikir dan

membandingkan produk satu dengan yang lain sebelum membeli. Semakin harga produk terjangkau maka daya beli produk tersebut akan meningkat. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Basalamah, 2022; Zubairi, Ediyanto, & Praja, 2022). Bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ketika konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian, produk merupakan pertimbangan penting, karena produk adalah tujuan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Jika produk tersebut memberikan kualitas yang dibutuhkan konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk itu secara terus menerus. Semakin kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan, maka memberi dampak yang positif terhadap keputusan seseorang untuk melakukan pembelian kepada produk tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Kasanti, Wijaya, & Suandry, 2019; Nurul Kumala &

Anwar, 2020). Bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Bersamaan Terhadap Keputusan Pembelian

Sebelum mengambil keputusan dalam membeli suatu produk dan jasa konsumen membandingkan berbagai kemungkinan akan diperoleh diantaranya adalah harga dan kualitas produk, Jika sebuah produk yang ditawarkan dengan harga yang diinginkan konsumen dan diimbangkan kualitas produk diinginkan konsumen, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Malonda & Stephen, 2020). Bahwa Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan:

H3: Harga dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Received : Juli, 20, 2023
Revised : Juli, 24, 2023
Available online : Juli, 30, 2023

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal, bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan variabel dependen terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Sumber data yang digunakan adalah data primer. Dalam Penelitian ini data yang digunakan adalah hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Toko Mainan Wong Toy's. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan metode pendekatan kuantitatif yaitu dengan wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Awal mula peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Jika jumlah responden sedikit, maka peneliti harus melakukan wawancara langsung dengan responden untuk memperoleh data yang lebih akurat. Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis dan dijawab oleh responden di Toko Mainan Wong Toy's. Skala pengukuran penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Mainan Wong Toy's. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik terdiri dari: Uji Normalitas Data, Uji linieritas, Uji Multikolinearitas, Uji Regresi linier berganda, Uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner atau angket kepada responden yang berisikan berbagai pernyataan yang perhubungan dengan apa yang diteliti, dimana ada 3 variabel dalam penelitian ini yaitu variabel terikat (keputusan pembelian), dan 2 variabel bebas (harga dan kualitas produk). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang berasal dari reseller dari toko mainan wong toy's yang berasal dari bandar lampung, dimana dari 150 responden ini yang akan diberikan kuesioner dan hasil dari data tersebut untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh

responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan

dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 23.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Harga (X1)

Pernyataan	<i>r</i>_{hitung}	<i>r</i>_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,726	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 2	0,669	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 3	0,773	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 4	0,792	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 5	0,791	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 6	0,787	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 7	0,795	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 8	0,664	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 9	0,689	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 10	0,472	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas variabel Harga (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Harga. Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0.155, dimana nilai rhitung paling tinggi yaitu 0,795 dan paling rendah 0,472. Dengan demikian seluruh item Harga dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	<i>r</i>_{hitung}	<i>r</i>_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,545	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 2	0,512	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 3	0,667	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 4	0,626	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 5	0,693	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 6	0,775	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 7	0,743	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 8	0,607	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 9	0,783	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 10	0,622	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid

Received : Juli, 20, 2023

Revised : Juli, 24, 2023

Available online : Juli, 30, 2023

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Kualitas Produk. Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0.155, dimana nilai r hitung paling tinggi yaitu 0,783 dan paling rendah 0,512. Dengan demikian seluruh item Kualitas Produk dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	<i>r</i> _{hitung}	<i>r</i> _{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,654	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 2	0,539	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 3	0,438	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 4	0,773	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 5	0,794	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 6	0,724	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 7	0,746	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 8	0,629	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 9	0,821	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid
Butir 10	0,761	0,361	<i>r</i> _{hitung} > <i>r</i> _{tabel}	Valid

Berdasarkan pada tabel 3 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian. Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0.155, dimana nilai rhitung paling tinggi yaitu 0,821 dan paling rendah 0,438. Dengan demikian seluruh item pernyataan Keputusan Pembelian dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X1, variabel X2 dan instrumen variabel Y menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS 23. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
----------	---------------------------	-------------	----------

Harga	0,891	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Kualitas Produk	0,852	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Keputusan Pembelian	0,874	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data statistik dan analisis grafik dengan menggunakan Kolmogorov- Smirnov Z (1-Sample K-S).

- 1) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 atau 5% berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- 2) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 atau 5% berarti data residual terdistribusi normal.

Tabel 5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga	0,200	0,05	Sig > Alpha	Normal
Kualitas Produk	0,200	0,05	Sig > Alpha	Normal

Hasil Uji Linieritas

Table 6 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	F _{hitung}	F _{tabel}	Kondisi	Keterangan
Harga terhadap Keputusan Pembelian	0,078	0,05	Sig>alpha	2.116	3.05	F _{hitung} <F _{tabel}	Linier
Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	0,097	0,05	Sig>alpha	2.781	3.05	F _{hitung} < F _{tabel}	Linier

Variabel X1 terhadap Y

Received : Juli, 20, 2023

Revised : Juli, 24, 2023

Available online : Juli, 30, 2023

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity 0,078

> dari 0,05 atau nilai Fhitung 2.116 < Ftabel 3.05. Dengan demikian Sig > alpha dan Fhitung < Ftabel, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

Variabel X2 terhadap Y

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,097

> dari 0,05 atau nilai Fhitung 2.781 < Ftabel yaitu 3.05. Dengan demikian Sig > alpha dan Fhitung < Ftabel, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (tolerance value) dan nilai Variance Inflationfactor (VIF) dengan nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1 dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas hanya menggunakan Regresi linier berganda pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleranc e	VIF	Keterangan
Harga	0,550	1,817	Bebas gejala multikolieneritas
Kualitas Produk	0,550	1,817	Bebas gejala multikolieneritas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variable Harga dan Kualitas Produk lebih dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 yang artinya dari kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam variabel penelitian ini.

Hasil uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan dalam suatu penelitian dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen. Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel

independen yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2)) serta variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Table 8 Hasil Uji Model Summary

Variabel	R	R ² (R-Square)
Constant	0,742	0,550
Harga		
Kualitas Produk		

Berdasarkan data hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,742 artinya tingkat hubungan antara Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) adalah positif kuat. Sedangkan R square (R2) diperoleh sebesar 0,550 artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Produk sebesar 55% dan sisanya dipengaruhi oleh oleh faktor lainnya.

Table 9 Hasil Perhitungan Coefficients Regresi

Variabel	Nilai regresi
Constant	5,378
Harga	0,542
Kualitas Produk	0,238

Dari tabel diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 23.0. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut: Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 5,378 + 0,542X1 + 0,238X2$$

- a. Koefisien konstanta (Y)

Variabel Keputusan Pembelian sebesar 5,378 satu satuan jika jumlah variabel Hargadan Kualitas Produk tetap atau sama dengan nol (0).

- b. Koefisien Harga (X1)

Jika jumlah Harga naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akanmeningkat sebesar 0,542 satu satuan.

- c. Koefisien Kualitas Produk (X2)

Jika jumlah Kualitas Produk naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan

meningkat sebesar 0,238 satu satuan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut:

Table 10 Hasil Perhitungan Coefficients

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	t _{hitung}	t _{tabel}	Kondisi	Keterangan
Harga	0,000	0,05	Sig<alpha	7,767	1,654	t _{hitung} > t _{tabel}	Berpengaruh
Kualitas Produk	0,001	0,05	Sig<alpha	3,304	1,654	t _{hitung} > t _{tabel}	Berpengaruh

1. Pengaruh Harga (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel diatas didapat perhitungan pada Harga (X₁) diperoleh nilai thitung sebesar 7,767 sedangkan nilai ttabel dengan dk (dk=160-2=158) adalah 1.654 jadi thitung (7,767) > ttabel (1,654) dan nilai sig (0,000) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga di simpulkan bahwa Harga (X₁) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Mainan Wong Toy's Bandar Lampung.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat perhitungan pada variable Kualitas Produk (X₂) diperoleh nilai thitung sebesar 3,304 sedangkan nilai ttabel dengan dk (dk=160-2=158) adalah 1.654 jadi thitung (3,304) > ttabel (1,654) dan nilai sig (0,001) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X₂) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Mainan Wong Toy's Bandar Lampung.

Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Table 11 Hasil Uji F

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga dan Kualitas Produk	96,004	3,05	$F_{hitung} > F_{tabel}$	0,000	0,05	Sig < Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1$ yaitu jumlah variabel dikurangi 1. Untuk derajat kebebasan digunakan $n-k$, yaitu jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel. Jumlah variabel ada 3 yaitu X1, X2 dan Y sedangkan jumlah sampel = 160. Jadi derajat kebebasan pembilang $3 - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $160 - 3 = 157$ dengan taraf nyata 5% sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 3,05 dan F_{hitung} 96,004.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 96,004 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,05. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Sedangkan dilihat dari probabilitas hitung adalah 0,000 yaitu $< 0,05$ maka keputusannya juga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh antara Harga (X1), dan Kualitas Produk

(X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Mainan Wong Toy's Bandar Lampung.

KESIMPULAN

1. Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko Mainan Wong Toy's Bandar Lampung.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko Mainan Wong Toy's Bandar Lampung.
3. Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Toko Mainan Wong Bandar Lampung.

REFERENSI

- Basalamah, R. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja online di Shopee co.id. *Jurnal Ekonomika*, 6(1), 25–39. Retrieved from <http://journal.ildikti9.id/Ekonomika/article/view/678>

Received : Juli, 20, 2023

Revised : Juli, 24, 2023

Available online : Juli, 30, 2023

- Fandy Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>
- Keller, P. K. and K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>
- P, K., & Amstrong, G. (n.d.). Prinsip-Prinsip Pemasaran. *Edisi, 12. Jilid*.
- Prof. Dr. H. Buchari Alma, M. P. (n.d.). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa – Revisi*. Alfabeta.
- Zubairi, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Mediasi Variabel Keputusan Pembelian Pada Industri Makmur Jaya Di Besuki. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 677. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.2054>